BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta penjelasan pada pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha *franchise* Teh Poci Krisna

   Strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha *franchise* Teh Poci Krisna ialah dengan menerapkan bauran pemasaran yang di dalamnya terdapat 4 elemen yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*. Teh poci krisna memiliki produk dengan macam-macam variasi rasa dan ukuran kemasan. Terdapat 13 varian rasa yaitu original, susu, coklat tea, lemon tea, leci tea, mochaccino tea, jeruk, mangga, apel, blackcurrant, jambu, madu, milo,oreo dan 2 varian ukuran yaitu cup kecil dan besar. Harga yang ditetapkan oleh teh poci juga sangat terjangkau oleh masyarakat. Harga satu cup kecil sebesar Rp3000,00 - Rp4000,00 sedangkan untuk 1 cup besar memiliki harga sebesar Rp5000,00 - Rp 6000,00. Dalam pemilihan lokasi tempat mendirikan outlet sudah sangat baik. Outlet Teh Poci Krisna dapat ditemukan pada daerah kota serta daerah pinggiran yang terletak pada di swalayan, dekat perempatan, pada kantin beberapa sekolah di Kabupaten Tulungagung baik SMP MTSN SMK dan SMA dan dekat dengan fasilitas umum lainnya. Promosi yang dilakukan oleh pemilik usaha franchise Teh Poci Krisna ialah dengan

memanfaatkan media online mengunggah gambar pada *Facebook* dan *WhatsApp* dengan diberi uraian, kemudian mendaftar kan produk Teh Poci Krisna di layanan pemesanan makanan online seperti pada aplikasi Grabfood.

2. Peran penerapan strategi pemasaran pada usaha *franchise* Teh Poci Krisna

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ke empat elemen bauran pemasaran saling berkaitan dalam membantu proses pemasaran pada usaha *franchise* Teh Poci Krisna. Penerapan bauran pemasaran sangat berperan pada tingkat pendapatan usaha. Terjadi peningkatan pendapatan pada tiap bulan sedikit demi sedikit sejak bulan Juni 2020 setelah terjadi penurunan yang drastis padal bulan Maret hingga Mei 2020.

B. Saran

1. Bagi lembaga

Bagi *franchise* Teh Poci Krisna agar lebih maksimal dalam memasarkan kan produk dan lebih banyak menjangkau pasar disarankan untuk lebih memanfaatkan media *online* lebih banyak seperti pada aplikasi Instagram dan Tiktok yang saat sedang banyak dari masyarakat yang menjadi pengguna aplikasi tersebut.

2. Bagi akademik

   Penelitian ini dapat dijadikan dokumentasi dan bahan referensi bagi pihak kampus selain jurnal dan buku yang sudah ada. Dan juga sebagai sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di UIN Sayyid Ali Rahmatullah

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Bagi peneliti yang selanjutnya, dapat dijadikan bahan referensi dengan tema penelitian yang sama dengan lebih banyak variabel serta dapat menggunakan fokus penelitian lebih variatif.